



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UnICEUB  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO  
DISCIPLINA: MONOGRAFIA  
PROFESSORA ORIENTADORA: LARA AMORIM  
ÁREA: RÁDIO

**Radiodifusão: a função social do Rádio no interior do Brasil**  
*Um estudo de caso da Rádio Senado Ondas Curtas*

Samyra Vasconcelos Olivera  
2046251-3

Brasília, Maio de 2008

Samyra Vasconcelos Olivera

**Radiodifusão: a função social do Rádio no interior do Brasil**  
*Um estudo de caso da Rádio Senado Ondas Curtas*

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Dra. Lara Amorim

Brasília, Maio de 2008

Samyra Vasconcelos Olivera

**Radiodifusão: a função social do Rádio no interior do Brasil**  
*Um estudo de caso da Rádio Senado Ondas Curtas*

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

**Banca Examinadora**

---

Dra. Lara Amorim  
Orientadora

---

Ms. Ellis Regina  
Examinadora

---

Ms. Severino Francisco  
Examinador

Brasília, 29 de Maio de 2008

*Às minhas tantas famílias...*

*Clã dos Vasconcelos,*

*Clã dos Marinho,*

*Clã dos Olivera,*

*Clã da Rádio Senado,*

*Clã da SSCODA (vulgo CEDOC),*

*Clã dos Paias,*

*Clã das Oferendas,*

*Clã das Baladas,*

*E outras tantas que virão... Isso é só o começo!*

Agradeço a Deus, por mais uma conquista.

Aos meus pais, pelo amor incondicional.

À querida irmã, Sarita, pelo apoio e dedicação.

Ao Sr. Agnaldo Scardua, pela mão estendida no momento certo.

À orientadora, Lara Amorim, pelo conhecimento compartilhado.

À primeira e única “cheefe” do meu coração, por toda amizade e carinho.

À Brisa, pelos momentos de distração.

E aos meus amigos, pelo companheirismo de todas as horas.

## RESUMO

O estudo proposto nas páginas a seguir propõe o desafio de compreender o universo radiofônico sob a ótica da responsabilidade social. Os aspectos abordados neste trabalho são partes do amplo cenário em que se situam os pilares da Comunicação Social: democratizar o acesso à informação, possibilitar o pensamento crítico, preservar o compromisso social, agir com imparcialidade, objetividade e clareza. O paradoxo surge quando, por força de algumas variáveis – cultura, educação, nível social – o comunicador se depara com o desafio de adaptar seu discurso de modo que o processo de comunicação se conclua com eficácia. O objetivo deste trabalho é mostrar como o Rádio, enquanto mídia de massa, atua no interior do Brasil, tendo em vista todas aquelas pessoas que se utilizam deste veículo para estarem informadas dos acontecimentos ao seu redor, muitas vezes, por não terem acesso à outro meio de comunicação. Nesse contexto, a Rádio Senado Ondas Curtas foi escolhida como objeto de análise para ilustrar a necessidade de se fazer uma comunicação que não seja apenas, emitida, mas, também, compreendida.

Palavras-chave: radiodifusão, Ondas Curtas, regionalismo, linguagem radiofônica, ouvinte.

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	8
MÉTODO.....	10
1 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO SISTEMA RADIOFÔNICO .....	11
1.1 A Comunicação desde os primórdios .....	13
1.2 A Comunicação hoje .....	16
2 RADIODIFUSÃO .....	17
2.2 Frequências.....	20
2.3 Rádio Senado Ondas Curtas.....	20
2.4 O Senado é Mais Brasil .....	24
3 O “CELULAR DO SERTÃO” .....	26
3.1 O Rádio e seus Ouvintes.....	27
3.2 A Serviço do Ouvinte.....	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
REFERÊNCIAS .....	35





## INTRODUÇÃO

A necessidade de compreender a função social do Rádio no contexto atual surgiu com a percepção do número de brasileiros que ainda se utilizam do veículo como único meio de comunicação para se informar dos fatos do cotidiano.

O presente trabalho propõe-se a analisar a função social do Rádio no interior do Brasil no contexto dos programas radiofônicos regionais. Não há dúvida de que a importância do rádio permanece intacta ao longo do tempo, apesar das constantes inovações dos meios de comunicação. Além de ser o meio de maior alcance, o rádio assume papel importante entre as classes menos favorecidas, material e culturalmente, o que no Brasil, representa uma parcela significativa da população.

Comunicar de maneira clara e objetiva é um desafio maior do que se imagina, sobretudo quando se leva em consideração a capacidade de entendimento do receptor da mensagem. Isso porque, a comunicação perfeita é justamente aquela cuja mensagem transita do emissor ao receptor, sem ruídos que possam comprometer seu entendimento.

A Língua Portuguesa falada no Brasil apresenta inúmeras variações ocasionadas por razões diversas. A extensão territorial, por exemplo, faz com que o português falado na região Sul contraste com o português típico da região Nordeste, mas isso não implica que uma ou outra faça mal uso da língua. No que concerne à atividade jornalística, tais variações lingüísticas por vezes entram em choque com os conceitos de clareza e universalidade.

Pautar o dia-a-dia de milhares de leitores, ouvintes, espectadores e, mais recentemente, internautas, requer um conjunto de habilidades que vão desde o domínio perfeito da língua à sensibilidade para lidar com a diversidade de públicos e suas peculiaridades.

O jornalismo assume a função social de levar informação aos mais variados grupos humanos sendo, por conseguinte, formador de opiniões. E como toda atividade, está sujeita às normas de funcionamento que, às vezes, vão de encontro com sua

finalidade básica: tornar toda e qualquer informação acessível apesar da diversidade de públicos.

Estabelecer uma linguagem eficaz no mosaico cultural que caracteriza o povo brasileiro não é fácil, por isso, este estudo tem como objetivo colaborar com estudiosos, profissionais e até meros curiosos do tema, na complexa e, ao mesmo tempo, prazerosa tarefa de descobrir os reais fatores que permeiam a atividade jornalística no Brasil.

O rádio, considerado o mais importante meio de comunicação em algumas regiões do país, fornece ao homem do campo não só informação, como também entretenimento. A programação regional das rádios brasileiras cumpre com os objetivos a que se propõe. Um deles é levar informação àquele que acorda cedo para trabalhar e não dispõe de outro meio de comunicação além do rádio.

Um dos objetivos deste trabalho é comparar as diversas formas com que uma mesma mensagem atinge seu público-alvo. Os conceitos jornalísticos serão abordados e confrontados com a realidade dos receptores da mensagem, ou seja, os verdadeiros alvos da comunicação e, a partir daí, vislumbra-se entender se o rádio, enquanto mídia de massa, é uma atividade a serviço da informação ou do ouvinte.

Como objeto de estudo, foi eleita a *Rádio Senado Ondas Curtas*, cuja linguagem, pouco convencional no meio jornalístico, busca aproximar o máximo possível a informação e o ouvinte. Uma vez que, ao contrário de alcançar o grande público dos conglomerados urbanos, ela atinge terras longínquas do interior do Norte e Nordeste brasileiros, onde os avanços tecnológicos ainda são uma realidade muito distante e a vida parece ter contornos bem mais simples do que se imagina.

No primeiro capítulo, foi realizada uma breve descrição da história da Comunicação, dos primórdios até os dias atuais, e discutiu-se a função dos veículos e o diferencial do rádio. No segundo capítulo, realizou-se a contextualização do sistema radiofônico, bem como a exposição do objeto de análise, a *Rádio Senado Ondas Curtas*. No terceiro e último capítulo, foi feita a análise do discurso sobre o tema em questão: Radiodifusão - a função social do Rádio no interior do Brasil.

## MÉTODO DE PESQUISA

A pesquisa foi realizada por meio da coleta de dados junto à Rádio Senado Ondas Curtas. O material resultante da visita de campo – entrevistas, audição de programas anteriores, manuseio de cartas – foi criteriosamente analisado com base nos fundamentos da análise de discurso, uma vez que o foco desse estudo é de delimitar a linguagem própria do veículo e associá-la às peculiaridades de um determinado grupo social, bem como às ferramentas que cada receptor dispõe para captação da idéia que se quer transmitir.

A Análise de Discurso constitui uma modalidade de pesquisa que encontra na linguagem das sociedades contemporâneas seu objeto de interesse científico. Com base nessa premissa, muitas áreas que compõem o universo das Ciências Humanas, entre elas o Jornalismo, buscam embasamento no Discurso para resolver conflitos oriundos do choque entre teoria e prática.

Lidar com a diversidade de arquétipos e ideologias, bem como com todas as variáveis que colaboram para construção da realidade de cada indivíduo no contexto da coletividade, é desafiador para o profissional da comunicação. A sua função é, antes de tudo, mediar a quase sempre difícil relação receptor-mensagem, de modo que o processo cumpra seu papel com eficácia. Há, entretanto, alguns casos em que o trajeto da informação não é linear, levando o profissional a criar alternativas que viabilizem o resultado almejado.

A revisão bibliográfica desempenhou-se a partir da definição do conceito de Comunicação, com base na obra de Marcos Bagno, em seu livro *Preconceito Lingüístico – O que é, como se faz*. No que diz respeito à história do rádio e as suas peculiaridades, Luiz Artur Ferraretto (2000), e outros autores como Gisela Ortriwano (1985) e Emilio Prado (1989), serviram de embasamento para a contextualização do sistema radiofônico e a exposição de pontos que apontam para o diferencial do rádio. Por fim, com base em todos os conceitos mencionados, anteriormente, faz-se a análise do discurso de três dias de exibição do programa *O Senado é Mais Brasil*, transmitido pela Rádio Senado Ondas Curtas.

# 1 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO SISTEMA RADIOFÔNICO

A idéia da finitude humana representa, desde os primórdios até os dias atuais, uma lacuna, impregnada de mistérios e suposições, na história da humanidade. Morrer, numa definição simplória, é mergulhar no desconhecido. As incertezas que o tema provoca confrontam-se paradoxalmente com a certeza de que a experiência da morte acontece para todos. É a partir desse entendimento, que o homem se empenha ao longo do tempo em desenvolver mecanismos que minimizem, ao máximo, a impotência e a fragilidade humanas frente ao inexorável.

Os meios de comunicação, no desempenho de suas funções, acabam se tornando fortes aliados na incansável luta para driblar o fim. A fotografia, por exemplo, foi interpretada por muitos, em seu advento, como uma forma de apreender a realidade e imortalizar os que nela figurassem. A TV, da mesma forma, fascina pelo uso da imagem e a capacidade de eternizar momentos que, de outra forma, viveriam apenas na lembrança de um restrito grupo de espectadores.

Dominar a realidade a partir do conhecimento foi uma das formas que a humanidade encontrou para conviver com a instabilidade da vida. O saber gera para o homem uma sensação de poder que determina substancialmente sua relação com o universo.

Foi esse desafio que alimentou as grandes descobertas da história, como afirma Felipe Pena em sua obra, *Teoria do Jornalismo*:

O homem quis conhecer o que estava além dos seus limites físicos e, por isso, construiu caravelas e encorajou as navegações. (PENA, 2005, p.22).

O que leva algumas dezenas de navegantes a abandonar suas famílias e se meter durante meses em um barquinho de madeira vagabunda com alguns metros de comprimento em um oceano revoltoso? A resposta me parece clara: o medo de não conhecer o que está além-mar é muito maior que o medo do próprio mar. (PENA, 2005, p.22).

Em relação aos demais veículos de comunicação, o rádio se destaca por sua versatilidade, agilidade e abrangência social. Oficialmente inaugurado em sete de setembro de 1922, com um transmissor de 500 watts, da Westinghouse, no alto do

Corcovado (RJ), o rádio, teve como primeiro programa o discurso do presidente Epitácio Pessoa. Porém, a instalação aconteceu apenas em 20 de abril de 1923, com a presença de Roquette Pinto e Henry Morize no programa a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”. A programação era voltada para a elite, não para as massas. Tinha por finalidade a questão cultural, educativa e altruísta. Para aqueles que possuíam receptores, as mensalidades eram pagas e os anúncios pagos eram proibidos.

Na década de 30 começaram as transformações. O decreto lei nº 21.111, de 1º de março de 1932, autorizava que 10% de toda a programação do rádio pudesse ser dedicada a comerciais. O erudito, neste caso, tornava-se popular. As óperas, os recitais de poesia, os concertos e tudo aquilo que antes era destinado à elite, agora, dividia o palco com a concorrência. Com essa competição, chegaram o desenvolvimento técnico, o status da emissora e a popularidade do veículo. O rádio permitia ao ouvinte a criação de imagens únicas e pessoais. Hoje, ainda permite, mas com a televisão isso ficou meio dividido.

Para Orlando Miranda, autor do livro *A Era do Rádio*, o impacto do rádio sobre a sociedade brasileira nesta época foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir 30 anos depois. Considerado o veículo das massas por excelência, o rádio, em seus primórdios, já foi exclusividade de um grupo restrito de elitizados. Atualmente, apesar do advento de outros meios de comunicação e de novas tecnologias, o rádio conserva seu espaço neste mundo globalizado e em constante transformação. Basta observar regiões do interior do Brasil onde os sinais dos novos tempos ainda não desapontaram. Cidades cuja população é desprovida de qualquer influência exterior, conta apenas com a intuição e a sabedoria dos mais idosos e a companhia do bom e velho radinho de pilhas para tomar as decisões, adquirir conhecimentos, pautar o dia-a-dia e permitir-se um pouco de diversão. Cumpre ressaltar que tais regiões exemplificam de forma extremada a importância do rádio enquanto meio de comunicação no contexto social. Tanto a influência externa quanto a interna sofrem adaptações à realidade regional, uma vez que o rádio tem grande potencial comunitário. E, embora isso possa parecer ambíguo, este veículo de comunicação de massa é também aquele que mais diminui as distâncias entre as pessoas.

## 1.1 A Comunicação desde os primórdios

Houve um tempo, em meados da década de 20, que os aparelhos receptores, hoje mais conhecidos como aparelhos de rádio, eram artigos de luxo, acessíveis a uma parcela bem pequena da sociedade. O objeto decorava salões suntuosos e reunia a sua volta grupos privilegiados que apreciavam os estilos clássico e erudito. A programação, bastante limitada se comparada aos dias de hoje, restringia-se à transmissão de concertos, recitais, folhetins educativos e culturais, entre outros. Nessa fase, o rádio valia-se dos caprichos das classes dominantes na sociedade da época, ou seja, dos que podiam arcar com o alto custo das mensalidades dos receptores.

No início ouvia-se ópera, com discos emprestados pelos próprios ouvintes, recitais de poesia, concertos, palestras culturais etc., sempre uma programação muito seleta, apesar de Roquette Pinto estar convencido, desde o início, de que o rádio se transformaria num meio de comunicação de massa. (ORTRIWANO, 1985, p.14).

Em menos de uma década, a situação do rádio começou a transformar-se. A inserção de publicidade na programação radiofônica tornou-se extremamente necessária para o sustento das emissoras de rádio. O foco da programação também sofreu mudanças, o tom erudito cedeu espaço ao popular, assim como o aspecto cultural das transmissões abriu passagem para o entretenimento das massas. Era o início da massificação do rádio no Brasil.

O crescimento da economia nacional atraía investimentos estrangeiros, que encontravam no Brasil um mercado promissor. A indústria elétrica, aliada à indústria fonográfica, proporcionou grande impulso à expansão radiofônica. O rádio trouxe inovações técnicas e modificou hábitos, transformando-se na maior atração cultural do país. A publicidade conferiu ao rádio, enquanto veículo de comunicação, o toque capitalista que permeia as relações de mercado desde a Revolução de 30. Surgem então, as disputas por audiência e a pesquisa de Ibope. O fator quantitativo sobrepõe-se claramente ao qualitativo nas grades radiofônicas.

Para Gisela Ortriwano (1985), a época de ouro do rádio terminou com o surgimento da televisão no Brasil, já que além de buscar profissionais do sistema radio

difusor, ela ainda imitou quadros e carregou a publicidade veiculada, anteriormente. Com isso, para enfrentar a concorrência, o rádio precisava procurar uma nova linguagem mais econômica. Em a *Informação no Rádio, os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*, Ortriwano conta que no início deste período transitório, quando o rádio abria espaço para a chegada da televisão, as emissoras passaram a investir menos, tanto em produção quanto em equipamento e pessoal técnico e artístico. O rádio aprendeu a trocar astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Ao nível da informação, tudo foi encaminhado no sentido de atender às necessidades regionais e, a busca por especializações era uma forma de direcionar o conteúdo para um público específico.

Segundo Luiz Artur Ferraretto, em *Rádio: o veículo, a história e a técnica*, todo esse impacto do rádio como veículo de comunicação e este interesse político na sua utilização atestam somente o seu poder e a sua influência. A radiodifusão sonora, neste caso, caracteriza-se por ser um poderoso instrumento de integração nacional em um país de dimensões continentais, argumenta.

Meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir, a distância, mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas. A tecnologia é a mesma da radiotelefonia (ou seja, transmissão de voz sem fios) e passou a ser utilizada, na forma que se convencionou chamar de rádio, a partir de 1916, quando o russo radicado nos Estados Unidos David Sarnoff anteviu a possibilidade de cada indivíduo possuir em sua casa um aparelho receptor. (FERRARETTO, 2000, p.23).

No universo globalizado, onde cada vez mais se necessita fazer muitas coisas ao mesmo tempo e a corrida contra o relógio é uma constante, o rádio, o mais antigo dos veículos de comunicação aparece em vantagem em relação às demais mídias. Sem prejuízo de suas funções, pode ser perfeitamente combinado com outros veículos. Um motorista, por exemplo, pode se manter informado sobre os últimos acontecimentos ao mesmo tempo em que guia um automóvel. Porém, isso já não se torna possível quando se trata de televisão ou jornal, por exemplo.

Já dizia Emilio Prado, em a *Estrutura da Informação Radiofônica*, que o rádio é o sistema de distribuição de mensagens mais extenso, ágil e barato com que conta a sociedade atual. Nenhum outro meio pode competir com a sua mobilidade.

Em 1932, Bertolt Brecht, em seu artigo *Teoria do Rádio*, afirma que a radiodifusão poderia ser o maior meio de comunicação já imaginado na vida pública, um imenso sistema de capitalização. Isto é, seria, se fosse capaz não apenas de emitir, mas também de receber. Em outras palavras, se conseguisse que o ouvinte não apenas escutasse, mas também falasse, que não permanecesse ilhado, mas relacionado.

Por ser um meio de comunicação de massa, o rádio possui uma audiência ampla, heterogênea e anônima. Sua mensagem é definida por uma média de gosto e tem, quando transmitida, baixo retorno. No entanto, com a chegada das rádios livres e comunitárias esta realidade modifica-se, aproximando e, até mesmo, mesclando os papéis de emissor e receptor. O rádio pressupõe um fluxo unidirecional e público no qual se envia uma mesma mensagem para centenas ou milhares de pontos de recepção. Pode-se verificar com isso que, o desenvolvimento do rádio no Brasil segue paralelo ao do próprio desenvolvimento do país.

Nesse contexto, vale lembrar as funções do jornalismo, enquanto espaço formador de opiniões, bem como as normas que regem a atividade. A própria linguagem pode representar um ruído de comunicação, quando emissor e receptor reúnem diferentes hábitos culturais que resultam, entre outras conseqüências, em variações da língua falada.

No rádio, cuja fala é o principal instrumento do meio, esses conflitos parecem assumir maior proporção, sobretudo quando se trata da linguagem utilizada em programas regionais.



## 1.2 A Comunicação hoje

Sabe-se que, numa sociedade pós-industrial, não existe bem mais valioso do que a informação. No rádio, diferentemente, de outros meios de comunicação, que se utilizam das imagens para completar a notícia, muitas vezes, se faz o uso da repetição para que tal informação seja compreendida por inteiro. Em *Teoria do Jornalismo*, Felipe Pena, diz que a redundância é essencial para a comunicação, pois ela está diretamente ligada à sua eficácia, ou seja, ela é o seu fio condutor, seu norte, a garantia da chegada. Redundar não é simplesmente repetir, mas reforçar uma informação.

Sem ela, o verbo comunicar é quase uma impossibilidade. Seu exercício diário pode até passar despercebido, mas é responsável pela superação de ruídos e outros obstáculos inerentes à transmissão de uma mensagem. Entre emissor e receptor, há muito mais repetições do que imaginamos. (PENA, 2005, p.80).

Pena discorda dos teóricos da comunicação que consideram que quanto mais redundante é o sistema, menos informação veiculada. Ele diz que a repetição pode melhorar a recepção da mensagem a tal ponto que implique na absorção de conteúdos antes ignorados. Portanto, pode aumentar o número de informações. A simplificação, ao contrário do que se pretende, impede a contextualização e o entendimento, reforça a superficialidade, a banalização e a espetacularização. Conclui, então, que a ausência de redundância é diretamente proporcional à desinformação.

Falar sobre jornalismo radiofônico no Brasil, considerando todas as normas e preceitos que a atividade exige, é falar de um assunto relativamente novo. Em sua proposta inicial, o rádio enquanto meio de comunicação, não assumiu o papel de formador de opinião e instrumento democrático. Apesar de todo potencial e versatilidade, próprios desse veículo, pode-se dizer que o caráter informativo das transmissões de rádio surgiu tardiamente, se comparada a outras mídias. Não à toa, o advento da televisão trouxe um clima de incerteza sobre o futuro do rádio a partir de então.

Mas os temores iniciais não se confirmaram e o rádio que, inicialmente, rendeu-se aos apelos capitalistas por força de sobrevivência, num segundo momento, despertou ganâncias e interesses políticos na década de 1980. A barganha das

concessões modificou substancialmente a natureza do rádio no Brasil. O que menos importava era o conteúdo ideológico das mensagens, assim como a função social do rádio, enquanto meio de comunicação. E, apesar das impressões iniciais não terem se confirmado, hoje em dia, é clara a sobreposição da TV em relação ao rádio, em vários aspectos.

## 2 RADIODIFUSÃO

A expressão radiodifusão sonora, no sentido de rádio, corresponde à transmissão de sons usando os princípios do eletromagnetismo, quando isto se dá de forma aberta e massiva. A televisão, por exemplo, constitui-se em radiodifusão de sons e imagens. (FERRARETTO, 2000, p.23).

### 2.1 Lei nº 4.117/62

De acordo com a lei nº 4.117, de 1962, Radiodifusão é o serviço de telecomunicações que permite a transmissão de sons (radiodifusão sonora) ou a transmissão de sons e imagens (televisão) destinados ao recebimento direto e livre pelo público.

As radiofrequências usadas na radiodifusão e nos demais serviços de telecomunicações são um bem escasso e de capital importância para os povos porque a sua utilização permite a comunicação entre as pessoas e as máquinas eletrônicas, sendo inimaginável, no estágio atual de nossa civilização, a convivência envolvendo seres humanos, sem a sua presença em todos os minutos da vida moderna. (Legislação do Sistema de Radiodifusão, 1997).

Segundo Luiz Artur Ferraretto (2000), o rádio é um veículo de transmissão sonora que transmite programas de entretenimento, educação e informação. Música, notícias, discussões, informações de utilidade pública, programas humorísticos, novelas, narrações de acontecimentos esportivos e sociais, entrevistas e cursos são os gêneros básicos dos programas. É um serviço prestado mediante concessão pública do Estado, que o considera de interesse nacional, e deve operar dentro de regras preestabelecidas em leis, regulamentos e normas.

Nesse contexto, é relevante salientar as diferenças entre uma rádio pública e uma comercial. Os ideais de uma e outra são consideravelmente opostos. Não há dúvida de que a principal distinção consiste na visão capitalista que, explicitamente ou não, conduz as atividades dentro de um veículo de comunicação, seja ele qual for. No

caso do veículo rádio, três aspectos estão presentes nas duas modalidades de serviço e devem ser levados em conta quando se pretende estabelecer as peculiaridades de uma e outra, que são: a técnica empregada, o conteúdo da programação e os índices de audiência. Numa rádio pública, por exemplo, a função primordial é levar a informação de relevância pública a maior diversidade possível de ouvintes, independente da posição geográfica ou condição social que estejam inseridos.

O foco de uma rádio privada não tem a mesma abrangência de uma rádio pública. O interesse comercial direciona os trabalhos e manipula o conteúdo das programações de modo que a disputa por audiência acaba se tornando o principal objetivo de qualquer rádio comercial. A técnica utilizada pelas rádios, os sistemas transmissores e a frequência também são fatores determinados de acordo com a finalidade da rádio em questão.

Ferraretto explica que as ondas eletromagnéticas são vibrações que se propagam no espaço e são provocadas pela movimentação de elétrons em um meio condutor. Essas ondas são definidas, em termos físicos, por duas grandezas básicas: a frequência, medida em Hertz, e a amplitude, medida em Metros.

Assim, a transmissão de um programa baseia-se na possibilidade de um sinal sonoro ser transportado por uma onda eletromagnética em um processo denominado de modulação. Dessa forma, interferem-se dois tipos de ondas: a portadora e a moduladora.

Por ser de alta frequência e de natureza exclusivamente eletromagnética, a onda portadora serve de meio de transporte para uma outra onda, a do sinal sonoro, que no caso da radiodifusão é aquela gerada pelo transmissor. Logo, a onda moduladora, transportada pela portadora, traz consigo o conteúdo a ser transmitido. Esta necessita de transporte, pois, possui baixa frequência.

Com relação aos tipos de frequência, existem quatro tipos no sistema brasileiro radio difusor, cada uma com a sua peculiaridade. Entre elas estão: a frequência modulada (FM), as ondas curtas (OC), as ondas tropicais (OT) e as ondas médias (OM).

## 2.2 Freqüências

A Freqüência Modulada (FM) é o tipo de modulação que modifica a freqüência da onda portadora. Permite a emissão e a recepção de som em qualidade superior, por não sofrer interferências. No entanto, seu alcance é limitado a um raio máximo de 150 Km.

A Amplitude Modulada (AM) presente em três das freqüências do sistema radio difusor, caracteriza-se por uma qualidade de som inferior à das emissões em FM, por conta dos receptores AM estarem mais vulneráveis a sofrer interferências de fenômenos naturais ou artificiais.

Nas Ondas Curtas, a modulação acontece em amplitude (AM), cuja portadora está compreendida na faixa de freqüência de 5.950 KHz até 26.100 KHz. Já nas Ondas Tropicais, a modulação, que também se estende em amplitude (AM), tem sua portadora que fica compreendida na faixa de freqüência de 3.200 KHz até 5.060 KHz. E, por último, as Ondas Médias, com sua modulação em amplitude (AM), cuja portadora está compreendida na faixa de freqüência de 535 KHz até 1.650 KHz.

Nas transmissões de ondas médias, tropicais e curtas, o rádio possui uma abrangência quase que ilimitada, restrita apenas pela potência dos transmissores e pela legislação. Logo, nas transmissões em freqüência modulada, as restrições são semelhantes às da TV, com o alcance reduzindo-se significativamente em relação ao rádio em amplitude modulada.

## 2.3 Rádio Senado Ondas Curtas

A Rádio Senado surgiu com o intuito de articular uma série de iniciativas desenvolvidas pelo Senado Federal, como o Jornal do Senado produzido para a Voz do Brasil, os boletins telefônicos veiculados por meio de ligação gratuita e o serviço de som do Senado, conhecido como Dim-Dom, pelo qual era veiculado o áudio das Sessões Plenárias, os avisos de interesse público interno e, ainda, a música brasileira.

Em 1996, por decisão do então presidente do Senado José Sarney, foi criada uma comissão para desenvolver um projeto de instalação de uma emissora, inicialmente de Frequência Modulada (FM). E em 29 de janeiro de 1997, foi criada a Subsecretaria da Rádio Senado, com o objetivo prioritário de transmitir o áudio das reuniões das comissões e das sessões plenárias do Senado Federal e do Congresso Nacional. À nova emissora coube, também, divulgar as demais atividades da Casa, incluindo as ações de sua Presidência e dos Senadores.

Com a contratação de canais no Sistema Radiosat Digital, por satélite, as emissoras de todo o país passaram a dispor da possibilidade de retransmitir os boletins sobre as atividades do Senado ao vivo, além de ter acesso direto ao Jornal do Senado transmitido dentro do programa A Voz do Brasil.

Ao longo dos anos, a Rádio Senado tem dado efetiva contribuição à transparência das ações legislativas, ao levar à população todas as discussões e projetos votados na Casa, que têm repercussão na vida dos brasileiros. Dentre as principais coberturas jornalísticas da emissora, destacam-se as cerimônias de posse dos senadores e dos presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva, as eleições gerais de 1998 e 2002, as edições do Fórum Social Mundial de Porto Alegre, as feiras nacionais de livros e a entrega, pelo presidente Lula, dos projetos de reforma Tributária e da Previdência.

A emissora tem como seus principais objetivos divulgar as ações legislativas e a cultura popular brasileira. Ela conta em sua estrutura com os setores de produção, fitoteca, técnica, operações, reportagem, edição, locução, administração, além dos núcleos especiais de Ondas Curtas (OC) e da Radioagência. Ainda com o pessoal qualificado para atuar em suas respectivas áreas, a Rádio Senado conta com cinco estúdios equipados com material de tecnologia de ponta, sendo dois deles utilizados para as transmissões ao vivo da FM e OC e os demais, para as gravações de programas e matérias jornalísticas.

Pode-se dizer que a Rádio Senado já está na era digital, com a informatização de todos os seus processos. A emissora está em condições de veicular sua programação de forma inteiramente automatizada, devido à implantação do novo sistema. Essa informatização traz inúmeros benefícios, como por exemplo, a redução

de custos com material, a racionalização das rotinas de serviço e a integração das diversas atividades e setores de produção.

Transmitida em 91,7 MHz para o Distrito Federal e seu entorno, a Senado FM apresenta entrevistas e noticiários com as atividades do Senado Federal. Além disso, oferece a íntegra das sessões plenárias e das reuniões das comissões, música brasileira de qualidade e serviço de utilidade pública, por meio de chamadas abordando temas de interesse da população. O sinal da emissora também pode ser captado por meio de parabólicas ou ainda pela internet.

Já a programação da Rádio Senado Ondas Curtas é especialmente voltada para as regiões Norte e Nordeste do país, além do estado do Mato Grosso e do norte do Goiás. A linguagem é diferenciada, sendo transmitida num formato didático e popular, com o objetivo de alcançar uma comunicação mais eficaz com o público-alvo. A programação musical, também com ênfase na música brasileira, é mais ampla, apresentando um repertório de maior apelo popular. Para ouvi-la é necessário um receptor de rádio Ondas Curtas, que esteja sintonizado na faixa de 49 metros, na frequência de 5.990 KHz.

O sinal da emissora em Frequência Modulada é transmitido a partir da Torre de TV localizada no centro de Brasília, o que permite uma recepção clara do sinal FM estéreo num raio superior a 70 km. Já o sinal da emissora em Ondas Curtas é transmitido a partir do parque de transmissão da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), a Radiobrás, no alto do Rodeador, o ponto mais alto do Distrito Federal, localizado próximo à cidade de Brazlândia, sendo que, neste caso, as antenas da Radiobrás estão direcionadas para as regiões Norte e Nordeste do Brasil, mas dependendo das condições de propagação de ondas de rádio, o sinal da Rádio Senado OC pode ser captado em vários países.

A Rádio Senado começou a operar em Ondas Curtas com o objetivo de ampliar o acesso da população à informação sobre os trabalhos legislativos. Sua transmissão foi iniciada em maio de 2001. No primeiro ano, a Rádio Senado OC limitou-se a retransmitir integralmente a programação da Rádio Senado FM. Em fevereiro de 2002, uma programação diferenciada começou a ser oferecida em horário restrito, das

7h às 8h da manhã, com um programa de variedades. Mais tarde, o horário foi ampliado e pouco a pouco, passando a três horas diárias até o final do mesmo ano.

Com a criação de um núcleo de produção específico, a grade de programação da OC foi reestruturada em maio de 2003, quando a emissora passou a ocupar, com programas dirigidos especificamente ao público-alvo, todos os horários não cobertos pela transmissão das sessões plenárias e das reuniões das comissões. A meta era mostrar ao ouvinte como as decisões tomadas no poder legislativo podem influenciar o seu dia-a-dia. As reuniões das comissões e as sessões plenárias são transmitidas ao vivo e na íntegra, simultaneamente com a Rádio Senado FM.

Um das prioridades da Rádio Senado Ondas Curtas é a de entender os ouvintes em seus questionamentos, dúvidas, sugestões e reclamações. A emissora funciona como um canal de comunicação entre o Senado Federal e a sociedade. A participação do ouvinte ocorre, ao vivo, por meio de telefonemas, e por correspondências. Em média são recebidos 20 telefonemas, além de 70 cartas mensais, de ouvintes do interior do país. Há registros, também, de ouvintes do Sul e Sudeste, e de outras localidades como Japão, Europa, Caribe e Américas Central e do Norte.

As correspondências dos ouvintes são lidas durante o programa *O Senado é Mais Brasil* e encaminhadas aos gabinetes dos Senadores, que as respondem diretamente ao ouvinte por escrito, em entrevistas ao vivo ou em matérias específicas elaboradas pela equipe da Rádio Senado Ondas Curtas.

As grandes diferenças regionais existentes no Brasil fazem com que a informação nem sempre chegue ou simplesmente não seja compreendida pela população. A faixa em ondas curtas é, em muitos casos, o único sinal de rádio que alcança algumas comunidades das regiões Norte e Nordeste, devido às precárias condições de infra-estrutura de comunicação. A Rádio Senado Ondas Curtas é um dos instrumentos do Senado Federal para possibilitar o acesso direto dessa população aos debates e propostas em andamento na Casa, sem os condicionamentos da grande mídia.

A Rádio Senado Ondas Curtas funciona como um decodificador dos trabalhos legislativos, que são detalhados e explicados em linguagem de fácil



entendimento para a população iletrada e de menor nível sócio-econômico. A emissora tem uma perspectiva educativa, ocupando uma lacuna deixada pelos meios de comunicação e pelo sistema tradicional de ensino.

Ao dar transparência às suas atividades, o Senado pretende, além de possibilitar o acompanhamento da atuação dos parlamentares, incentivar a participação da sociedade nos debates de temas nacionais e a formação para uma consciência política. Mais do que informação, a Rádio Senado Ondas Curtas leva cidadania à população brasileira. E, para complementar esse trabalho, a OC pretende implantar, no curto prazo, programas especiais sobre temas que não são abordados pela grande imprensa, mas têm interesse social.

## 2.4 O Senado é Mais Brasil

A Rádio Senado Ondas Curtas chega às mais distantes localidades, levando informações relevantes ao exercício da cidadania. O programa *O Senado é Mais Brasil*, com três horas de duração, transmite diariamente das 7h às 10h, cultura e entretenimento e tem se firmado como líder de audiência em sua faixa de horário e frequência. Entre os principais quadros do programa estão:

- *Pergunte ao Doutor*: Todas as segundas-feiras, com reprise aos sábados, um especialista tira dúvidas dos ouvintes sobre questões de saúde.
- *Fique por Dentro da Lei*: Nas terças-feiras, com reapresentação aos sábados, o quadro informa sobre os direitos do cidadão. Profissionais da área jurídica, consultores do Senado Federal e administradores públicos esclarecem aos ouvintes sobre legislação, regulamentos e programas sociais.
- *Viver da Terra*: O quadro divulga as mais modernas e variadas técnicas agropecuárias e vai ao ar nas quartas-feiras, com reprise aos domingos.

- *Sintonia Ambiental*: Nas quintas-feiras, o assunto é a preservação do meio ambiente. Profissionais de várias áreas relatam problemas ambientais, discutem iniciativas que contribuam para a conservação da natureza e trazem informações sobre o manejo florestal sustentável. O quadro é reapresentado aos domingos.

Outro programa na área ambiental é o *Balcão das Sementes*, que incentiva o plantio de árvores nativas do Brasil, divulgando os nomes e endereços dos ouvintes que pedem ou oferecem sementes da flora brasileira.

Além disso, o trabalho dos parlamentares, as atividades do Congresso Nacional e os principais acontecimentos do Brasil e do mundo são noticiados diariamente no programa em linguagem acessível aos ouvintes.

Vai ao ar, também diariamente, o quadro *Som Brasilis* que apresenta um pouco da vida e da obra de um nome renomado da música brasileira. É mais um espaço para artistas de diversos gêneros musicais, que fizeram ou fazem sucesso ou que ainda estão em busca de espaço no cenário da música nacional.

Aos domingos, a Rádio Senado Ondas Curtas abre espaço na sua programação para a radio dramaturgia. No quadro *Contos que Encantam*, lendas, folclore, contos e peças da cultura popular ganham vida, contagiando crianças e adultos.

Com relação à participação dos ouvintes, ao todo são recebidas, diariamente, cerca de 20 cartas com perguntas para os quadros do programa *O Senado é Mais Brasil*, além de pedido de fotos da equipe, sugestões de músicas e até mesmo ofertas de sementes. Os ouvintes também participam pelo telefone. Cerca de cem ligações, diárias, são feitas para os estúdios da Rádio Senado ou ainda para a Central de Relacionamento com o Cidadão, conhecido por Alô Senado. Todas as mensagens e recados são transmitidos e respondidos durante o programa, o que torna possível a comunicação entre brasileiros que residem em lugares distantes e isolados no interior do Brasil.

### 3 O “CELULAR DO SERTÃO”

Em tempos de TV digital, internet sem fio e tecnologia 3G, é curioso observar o modo de vida de algumas pessoas que passam bem longe dessas e de outras inovações. Apesar da constante corrida contra o tempo para tentar acompanhar a velocidade do mundo globalizado, há uma parcela considerável de brasileiros que conservam, até os dias de hoje, hábitos um tanto ultrapassados, porém impregnados de história e tradição.

Para essas pessoas que, de certa forma, vivem à margem da modernidade, acordar cedo não tem nada a ver com o engarrafamento a caminho do trabalho, mas com a necessidade de aproveitar as primeiras horas do dia da melhor maneira possível. Ligar o rádio logo cedo não vai trazer as notícias do trânsito ou das oscilações da Bolsa de Valores, mas a saudação calorosa do locutor, sempre simpático e receptível, seguida de uma boa música sertaneja e recados dos conterrâneos.

Essa é uma realidade que se choca violentamente com o ritmo de vida imposto ao homem moderno. Difícil, nesse contexto, é promover uma comunicação eficaz que alcance a diversidade de públicos, bem como suas necessidades. O rádio cumpre com excelência esse papel. Apresenta o mundo a pessoas carentes de informação, faz companhia aos solitários, informa, entretém, forma opiniões, media conflitos, aproxima as pessoas e encurta distâncias. É, sem dúvida, o meio de comunicação mais versátil e abrangente.

Os programas da Rádio Senado, transmitidos em Ondas Curtas, retratam esse panorama. Marcada pela informalidade e aproximação com o ouvinte, a programação adapta-se ao modo de ver e pensar de pessoas simples que habitam o interior das regiões Norte e Nordeste do Brasil. A linguagem utilizada em nada se aproxima daquela já praticada pelas grandes redações, que busca informar o ouvinte sobre os últimos acontecimentos da hora. Na Rádio OC, além de uma linguagem própria, o ouvinte percebe um ritmo desacelerado, sem imediatismos. Há sempre um tempo para o famoso “dedo de prosa”, que possibilita a proximidade e a interação entre ouvinte e locutor.

### 3.1 O Rádio e seus Ouvintes

A linguagem é a condição comum da espécie humana. Conseqüentemente, a comunicação é uma característica essencial e uma necessidade social fundamental. Em seu artigo *A Comunicação é parte da natureza humana – Uma reflexão filosófica a respeito do direito a se comunicar*, Michael Traber (2004), diz que enquanto a cultura humana tem avançado, a tarefa da comunicação tem se tornado sempre mais complexa e sutil para contribuir com a liberação da humanidade da opressão e do medo e para uni-la em comunidade e em comunhão, solidariedade e compreensão. Para Traber, a comunicação integra o conhecimento, a organização do poder e dirige os caminhos que ligam a memória do homem a sua aspiração mais nobre, endereçando-o constantemente para uma vida melhor.

A atividade jornalística carrega em si a responsabilidade de universalizar a informação, preservando a clareza, a objetividade e a imparcialidade de suas ações, sempre observando e respeitando os limites da língua mãe. Num país com a imensa parcela de iletrados como o Brasil, há que se preocupar ainda em adaptar o discurso jornalístico à realidade cultural de cada um. Não é tarefa fácil, uma vez que o profissional da comunicação não pode atingir seus objetivos às custas de sacrificar as normas que regem a profissão, sobretudo aquelas que tangem o bom e o correto uso da língua.

A comunicação radiofônica, por vezes, adapta-se à linguagem de uma determinada região com o intuito de promover uma perfeita assimilação do discurso por parte dos ouvintes. Diferentemente da comunicação escrita, que tem por obrigação seguir os rigores da língua oficial, no rádio, é perfeitamente compreensível fazer uso de certas variações lingüísticas, por muitos estudiosos até mal compreendidas, para que a mensagem percorra sem obstáculos o trajeto entre o emissor e o receptor.

Para o lingüista Marcos Bagno (1999), há uma forte tendência no meio acadêmico e social para interpretar tais variações da língua como desvios inadmissíveis da norma culta. Em sua obra *Preconceito Lingüístico*, o autor esclarece ao leitor as diferenças entre a língua falada e escrita, bem como, o surgimento de certas nuances lingüísticas a partir do contexto social de cada pessoa.

Qualquer manifestação lingüística que escape desse triângulo escola-gramática-dicionário, é considerada, sob a ótica do preconceito lingüístico, errada, feia, estropiada, rudimentar, deficiente. Essa supervalorização da língua escrita combinada com o desprezo da língua falada é um preconceito que data de antes de Cristo! (BAGNO, 1999).

No universo das Ondas Curtas, é muito comum identificar elementos que alimentam esse tipo de situação preconceituosa. O locutor procura se aproximar ao máximo dos seus ouvintes e, para tanto, a palavra falada é sua única ferramenta. Considerando que o público potencial encontra-se, principalmente, nas regiões Norte e Nordeste, não é raro ouvir na programação expressões regionalistas ou mesmo variações de formas normalmente utilizadas nas rádios urbanas e essencialmente informativas.

### 3.2 A Serviço do Ouvinte

Estar informado sobre os acontecimentos à sua volta, possibilita ao homem organizar sua vida, estipular metas e impor limites às suas ações. A partir dessa ótica, fica clara a importância e a responsabilidade daquele que detém a informação: o profissional de jornalismo.

O jornalismo pode ser compreendido, numa definição generalista e não-oficial, como uma atividade de finalidade pública que se ocupa de registrar os fatos da vida cotidiana para depois narrá-los aos diversos grupos sociais, de acordo com os interesses que tangem cada um.

O rádio, com toda sua versatilidade permite que o seu ouvinte se dedique a outros afazeres ao mesmo tempo em que está sintonizado na estação de sua preferência. Muitas atividades podem ser desenvolvidas no mesmo instante em que se tem acesso à pluralidade de informações que o rádio transmite diariamente. No contexto globalizado, onde cada vez mais exige-se que as pessoas façam várias coisas praticamente ao mesmo tempo, tornado a corrida contra o relógio uma constante na vida cotidiana, o rádio surge como um verdadeiro aliado. Sobretudo nas regiões Norte e Nordeste, a influência desse meio de comunicação é tão expressiva, que a rotina desses regionalistas é pautada basicamente pelas transmissões radiofônicas.

Notícias de toda sorte, informações sobre clima, política e economia, recados, conselhos, reclamações, músicas, receitas e fofocas, tudo ganha vida na voz do locutor. O filho que sai de viagem manda notícias à família pelas ondas do rádio. O agricultor divulga o resultado da safra da mesma forma. O coração apaixonado encontra no rádio um forte aliado para expressar seu sentimento e suas intenções. Esses são apenas alguns exemplos de como a vida no interior do país caminha na mesma frequência radiofônica. Na Rádio Senado Ondas Curtas, assuntos como esses convivem harmoniosamente com informes legislativos e notícias de maior relevância.

Através da velocidade em que se propaga, o rádio atua como uma espécie de multiplicador, já que acelera o processo de informar toda a população. Além disso, o veículo utilizado como fonte de informação caracteriza-se, também, não só como uma boa companhia para quem escuta, como ainda ajuda a solucionar problemas ou até mesmo sanar dúvidas de ouvintes que necessitam de um auxílio.

O programa *O Senado é Mais Brasil*, transmitido pela Rádio Senado OC, distingue-se dos demais pelo compromisso firmado com os ouvintes. A relação de amizade entre os emissores e os receptores é fruto da interação e valorização que existe entre ambos.

A idéia de escrever sobre o rádio enquanto instrumento social surgiu a partir do confronto de alguns conceitos básicos pertinentes ao curso de Jornalismo com situações cotidianas observadas no universo da comunicação.

Por ser um assunto extremamente amplo, tornou-se necessário optar por um segmento menor, porém não menos rico em conteúdo e singularidades, a fim de se identificar todos os aspectos abordados até aqui.

O programa *O Senado é Mais Brasil*, transmitido de domingo a domingo, exemplifica bem o confronto supracitado. Antes de aprofundar nas peculiaridades do programa, vale ressaltar que a Rádio Senado, por ser genuinamente pública, tem por missão democratizar o acesso à informação de interesse público que, neste caso específico, compreende as atividades legislativas do Senado Federal e Congresso Nacional. Isso significa que a informação deve alcançar os quatro cantos do país, respeitando a diversidade cultural, lingüística e intelectual que abrange o território brasileiro. Ainda nesse contexto, há que se considerar a responsabilidade do Estado

com a prestação dos serviços de utilidade pública, que se manifesta claramente no conteúdo da programação de uma rádio dessa natureza.

Feitos os devidos esclarecimentos, abre-se neste ponto do trabalho o espaço destinado à análise em questão. O discurso observado no programa radiofônico *O Senado é mais Brasil* difere em quase todos os aspectos daquele utilizado pelas rádios privadas e essencialmente informativas. O locutor estabelece uma proximidade pouco usual com seus ouvintes, e a mesma voz que leva a informação num dado momento, consola, lamenta, aconselha e dá risadas em outro. A linguagem coloquial por vezes confunde o ouvinte mais crítico e apurado, deixando uma breve sensação de descuido com a língua. No transcorrer do programa, porém, as primeiras impressões se desfazem num cenário onde é perfeitamente compreensível o uso de expressões mais corriqueiras e até regionalistas. O público-alvo da Rádio Senado Ondas Curtas habita, em sua maioria, sítios e fazendas do interior do país, lugares em que uma pequena parcela de brasileiros dispõe de recursos financeiros e pode ter acesso aos meios de comunicação.

José Carlos Sigmaringa, repórter e apresentador do programa desde 2004, explicou que a Rádio OC atinge apenas 20% da população, fato que, de certa forma, faz com que os ouvintes sejam praticamente os mesmos desde a sua criação em 2001. “Alguns ouvintes já são conhecidos da Rádio devido ao grande número de cartas e ligações. Consequentemente, os apresentadores já conhecem os ouvintes e acabam demonstrando interesse, conversam e trocam figurinhas com as histórias dos ouvintes”, comenta.

O formato do programa *O Senado é Mais Brasil* sugere uma mistura nada convencional no universo jornalístico. Matérias produzidas por jornalistas da Casa são introduzidas por um fundo musical de sanfona ou modas de viola que remetem o ouvinte ao cenário do sertão brasileiro. Logo na seqüência de uma notícia legislativa pode vir uma música, normalmente à escolha dos ouvintes ou o quadro de “Recados no ar”, que funciona como um serviço de utilidade pública.

Para compor a presente análise foram selecionados três programas, transmitidos em diferentes dias da semana, dos quais se destacaram os seguintes

elementos do programa: linguagem do locutor; teor das matérias jornalísticas, conteúdo das cartas enviadas à produção e tratamento destinado aos ouvintes.

No programa transmitido no dia 07/02/2008, a notícia de que sete milhões e setecentos mil estudantes do ensino médio terão em suas escolas acervos literários de todas as áreas do conhecimento, como resultado de iniciativas do Plano de Desenvolvimento da Educação, representa, indiscutivelmente, interesse público da maior relevância. No mesmo programa, no quadro “Recados no ar” o apresentador Alexandre Campos presta um serviço de grande utilidade para o ouvinte, entretanto, pouco criterioso no que tange às normas do jornalismo informativo. Nesse quadro, todo e qualquer assunto ganha espaço e notoriedade. O filho pede ao pai, via rádio, que venda alguns bezerros da fazenda para completar o dinheiro da matrícula na escola. A irmã comunica à família que a viagem até a cidade transcorreu bem e sem maiores novidades. O credor também pode se valer do rádio pra mandar um recadinho ao amigo da fazenda vizinha que parece ter esquecido a dívida. Depois dos recados, é hora de homenagear os aniversariantes da semana, pessoas que mandam cartas ou telefonam à redação com o intuito de serem lembradas e homenageadas de uma forma um pouco diferente. Esses são breves exemplos dos assuntos que ganham destaque na programação do *Senado é Mais Brasil*.

No programa exibido em 11/02/2008, os apresentadores Alexandre Campos e Macela Diniz iniciam *O Senado é Mais Brasil* com a saudação de todos os dias aos colegas de estúdio e aos ouvintes. O cumprimento é informal e descontraído, normalmente, caloroso. Conversas informais, como por exemplo, a situação de trânsito naquele dia ou ainda o horário de verão que está com os seus dias contados no mês de fevereiro, abrem a programação. Já no início, a vinheta de abertura do programa que diz: “*Pelas ondas do rádio, o Senado Federal está cada vez mais perto de você. Fique com a gente, porque está no ar O Senado é Mais Brasil*”, nota-se a relação de proximidade que o programa sugere ao ouvinte que está do outro lado da cidade ou até mesmo em outra região do país. Não é à toa, que esses mesmos ouvintes se sentem queridos e, por conseguinte, desejam manter uma espécie de fidelidade e companheirismo para com o programa e todos àqueles que ajudam na sua realização. Logo após a abertura, os apresentadores utilizam-se de mais alguns ‘jargões’ que



marcam o programa, “A partir de agora ouvindo o *Senado é Mais Brasil* a gente vai ficar por dentro das principais notícias do país e do mundo e de tudo o que acontece no Congresso Nacional. Aqui vocês acompanham as discussões e votações de projetos que podem se transformar em lei e mudar o dia-a-dia de todos nós”. Neste programa, ainda, dicas e curiosidades são dadas ao ouvinte, através do famoso “Dedo de Prosa”, que nesta edição destacou-se pela pesquisa realizada pelo psicólogo Fábio Iglesias, na Universidade de Brasília (UnB), sobre o comportamento humano.

No programa do dia 13/02/2008, além da programação comum a todos os outros dias como, por exemplo, homenagem aos aniversariantes do dia, dicas e curiosidades no “Dedo de Prosa” e “Recados no ar”, um dos destaques também foram a leituras de cartas. Os ouvintes encaminham suas cartas para o Senado Federal e diariamente são selecionadas pela produção do *Senado é Mais Brasil*, quatro cartas para serem lidas no ar. A ouvinte Maria Félix Silva Lima, 16 anos, moradora de Balsas (MA), havia enviado duas cartas para a Rádio Senado Ondas Curtas. A primeira se tratava de um desenho de um aquário colorido, e já na segunda, Maria Félix dizia-se indignada e preocupada com o que o homem estava fazendo com a natureza. Em Balsas, sua cidade, as árvores e os pássaros estavam morrendo e, o objetivo das cartas era fazer um apelo aos moradores e às autoridades para que pudessem tomar alguma providência.

Um ponto comum a todos os programas é a relação existente entre apresentador e ouvinte. Os quadros, as cartas e os recados refletem a importância da comunicação para todas aquelas pessoas que residem no interior do país e não dispõem de outro meio de comunicação, além do rádio.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo trabalho traz intrinsecamente o desejo de uma conclusão fechada e satisfatória acerca do tema proposto. Nesta situação específica, na qual se propôs analisar um objeto do campo das ciências humanas, observou-se, logo nas primeiras linhas, o quão desafiadora seria a idéia de, ao final, elaborar um pensamento conclusivo sobre um tema tão vasto e dinâmico como esse. Em Ciências Humanas, sobretudo na área de Comunicação, não existem conceitos pétreos, visto que a matéria-prima neste campo é essencialmente humana, daí a sensação de mobilidade constante.

Ao longo do percurso, muitas outras questões surgiram a partir da pergunta inicial que desencadeou o presente trabalho, questões que possibilitaram aprendizados de suma relevância nesse momento acadêmico.

Um deles, talvez o mais expressivo, foi perceber que toda teoria social, por mais bem elaborada que seja, só faz sentido quando a sua aplicação tem por finalidade o bem comum e a perfeita relação entre as pessoas, respeitando a liberdade de crença e cultura, os limites e as peculiaridades de cada indivíduo, sem para tanto, suprimir as normas que regem a profissão.

Formar opinião é uma atividade cada vez mais complexa num país com tantas disparidades sociais como o Brasil. A população cresce desenfreada, e o governo dá explícitos sinais de que não há uma alternativa viável para contornar a situação. Daí surgem os planos assistenciais que são mais paliativos que as soluções propriamente ditas. O quesito educação é, sem dúvida, um dos mais sacrificados.

A grande massa de iletrados vale-se, sobretudo dos meios de comunicação audiovisuais para situar-se no universo em constante transformação. Nesse contexto, a responsabilidade das empresas e, principalmente, dos profissionais do jornalismo é imensa. Informar com imparcialidade, ética e transparência é dever de todo profissional de comunicação, mas nem sempre as circunstâncias permitem que isso aconteça. Há que se observar o tratamento dispensado a cada assunto, bem como a forma que a mensagem chega ao público-alvo.

Por isso, o jornalismo praticado na Rádio Senado Ondas Curtas que difere do jornalismo informativo tradicional em quase todos os aspectos, tem sua atuação tão eficaz quanto aquela das emissoras predominantes nos grandes centros urbanos. Isso porque, em ambos os casos, o papel do meio de comunicação – informar, servir, entreter e formar opiniões – se cumpre com excelência.

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Ari e HERD, Erika Franziska. *Expressões da Cultura Popular: As Escolas de Samba do Rio de Janeiro e O Amigo da Madrugada*. Rio de Janeiro: Instituto Estadual do Livro, 1978.

BAGNO, Marcos. *Preconceito Lingüístico – O que é, como se faz*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. São Paulo: Contexto, 2004.

MEDITSCH, Eduardo. *A Rádio na Era da Informação – Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo*. Coimbra: Minerva, 1999.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

PENNA, Antonio Gomes. *Comunicação e Linguagem*. Rio de Janeiro: Eldorado Tijuca, 1976.

PRADO, Emilio. *Estrutura da informação radiofônica*. [Tradução de Marco Antonio de Carvalho]. São Paulo: Summus, 1989.

RESENDE, Viviane de Melo e RAMALHO, Viviane. *Análise de discurso crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.

VICCHIATTI, Carlos Alberto. *Jornalismo: comunicação, literatura e compromisso social*. São Paulo: Paulus, 2005.

### Sites

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. *Rádiodifusão*. Brasília, 2008. Disponível em: <[www.mc.gov.br](http://www.mc.gov.br)>. Acesso em: 21 abril 2008.

SENADO FEDERAL. *Rádio*. Brasília, 2008. Disponível em: <[www.senado.gov.br](http://www.senado.gov.br)>. Acesso em: 21 abril 2008. 13:03.